

УДК 331

О. М. ГУЦАН, асистент, НТУ «ХП»

НАУКОМЕТРИЧНЕ УЗАГАЛЬНЕННЯ МЕТОДІВ ДОСЛІДЖЕННЯ МОТИВАЦІЙНИХ ФАКТОРІВ

Розвиток та стабільне функціонування сучасного підприємства не можливо уявити без кваліфікованого та зацікавленого персоналу. Для побудови ефективної мотиваційної політики керівництву підприємства потрібно володіти інформацією про комплекс мотивів, які оцінюються робітником як цінні. Отже, отримання подібної мотиваційно-цінної для підприємства інформації можливо лише за умови використання певних методів дослідження мотивації.

Узагальнено методи дослідження мотивації можливо представити у вигляді рис..

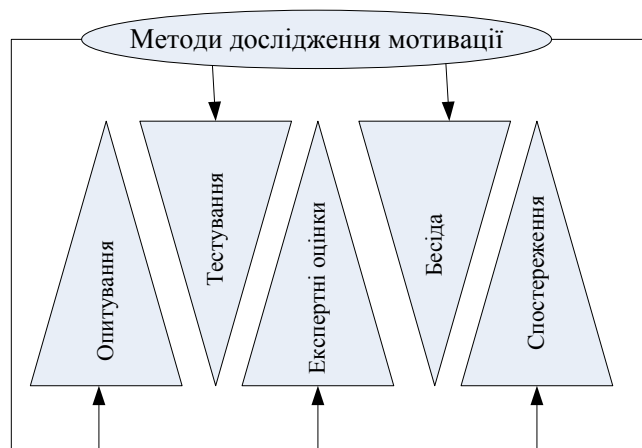


Рис. – Узагальнені методи дослідження мотивації

Першим методом є опитування. Опитування (або анкетування) є одним з найбільше широко використовуваних методів оцінки мотивації працівників. Він дозволяє за короткий час одержати важливу інформацію про мотивацію широкого кола працівників. Цільовими групами при проведенні анкетування є: 1) працівники одного підрозділу, 2) працівники групи підрозділів, 3) виділена група працівників, 4) усі працівники компанії. Опитування дозволяє виявити особливості мотивації різних категорій персоналу (професійні групи, групи різного віку й статі, освітнього рівня й ін.), а також дати оцінку факторам, що впливають на їхню трудову мотивацію.

Для проведення опитування доцільним є розробка анкети, що містить питання, покликані з'ясувати, у якому ступені в організації задовольняються найважливіші потреби працівників, у якому ступені працівники задоволені найважливішими аспектами своєї роботи.

Анкетування включає три послідовні етапи: 1) підготовка до проведення опитування; 2) сама процедура проведення опитування; 3) заходи після завершення опитування.

Основними перевагами такого методу є: 1) швидкість одержання інформації, 2) відсутність істотних фінансових витрат.

Наступним, чимало важливим, методом вивчення мотивації є тестування. Під тестами в психології розуміють стандартизовані випробування для виявлення або оцінки тих або інших психологічних особливостей людини. Тестові матеріали можуть містити в собі: 1) буклети з питаннями; 2) окремі бланки для відповідей. При використанні проєктивних методів, тобто методів опосередкованої оцінки мотивації, можуть пред'являтися незакінчені речення, набори фотографій, малюнків або картинок. Інтерпретуючи за певними правилами оцінки пропонованого стимульного матеріалу, що припускає множинне тлумачення, психологи дають висновок про особливості мотивації.

Говорити про тестування як про метод вивчення мотивації, що дає обґрунтовану й надійну інформацію, можна лише при тій умові, що до тестування будуть притягнуті фахівці-психологи, а всі тести відповідають вимогам надійності й валідності. Психологічне тестування є лише допоміжним інструментом, що дають додаткову інформацію про мотивацію працівника.

Метод експертних оцінок виходить із того, що досить точно оцінити мотивацію працівників можуть лише люди, які їх добре знають. У першу чергу це керівники й колеги. Іноді в якості експертів можливо залучати ділових партнерів або клієнтів. Головним інструментом експерта при оцінці мотивації працівника є спеціально підготовлена анкета. Від якості цієї анкети в значній мірі залежить і точність оцінки мотивації працівника з боку експерта.

При доборі експертів доцільним є урахування таких вимог: 1) професіоналізм; 2) об'єктивність, 3) високі морально-етичні якості, 4) наявність попередньої підготовки (навчання методам і процедурам оцінки).

Наступним методом є бесіда. Бесіда є одним з найбільш простих і надійних інструментів оцінки особливостей мотивації. Поговоривши з людиною, у більшості випадків можливо скласти уявлення про його відношення до справи, про те, що визначає силу його мотивації. У ході бесіди всю необхідну інформацію можна одержати за допомогою питань.

Виділяють такі типи питань: 1) закриті - питання, які припускають однозначну відповідь; 2) відкриті – це такі питання, відповіді на які не обмежені певними рамками; 3) непрямі – питання, при яких людина дає оцінку діям інших людей (виходячи із власної системи цінностей і поглядів). 4) навідні – це питання в рамках яких людина, якій ставлять запитання, дасть однозначний і фактично заздалегідь запрограмовану або бажану відповідь; 5) рефлексивні - при використанні таких питань, людина що опитує повторює почуте або своїми словами, або близькими до того, як було сказано співрозмовником (такі питання необхідні для уточнення інформації).

Відношення до дорученої роботи в різних працівників може суттєво різнитися, і ці відмінності в мотивації можна легко виявити за допомогою такого методу, як спостереження. Спостереження - самий доступний метод оцінки мотивації підлеглих, яким може скористатися керівник. Щоб за допомогою спостереження одержати точну уявлення про особливості мотивації працівників, потрібно чітко розуміти, що саме слід приймати до уваги як спостережувані ознаки мотивації.

Комплексне та одночасне використання декількох (або всіх) методів підвищить надійність отриманої інформації, а отже дозволить керівництву більш детально та якісно реагувати на необхідні потреби своїх співробітників та враховувати їх у корпоративній системі мотивації.